

RESOLUCIÓN POR LA QUE SE ESTIMA LA SOLICITUD DE EXENCIÓN DE CÓMPUTO PUBLICITARIO, PRESENTADA POR UNICEF.

Expte. DTSA/EC023/2013

SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA DE LA CNMC

Presidenta

D^a. María Fernández Pérez

Consejeros

D. Eduardo García Matilla

D. Josep María Guinart Solá

D^a. Clotilde de la Higuera González

D. Diego Rodríguez Rodríguez

Secretario de la Sala

D. Tomás Suárez-Inclán González, Secretario del Consejo

En Madrid, a de diciembre de 2013

Visto el expediente relativo a la exención de cómputo publicitario solicitada, la **SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA**, en su sesión núm. 10/13 acuerda lo siguiente:

ANTECEDENTES

(1) Con fecha 2 de diciembre de 2013 ha tenido entrada un escrito de UNICEF por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de tres spots, cuya grabación aporta, con el objetivo de recaudar fondos para paliar los daños ocasionados por el tifón en Filipinas, integrante de la campaña “Emergencia tifón Filipinas”.

(2) Breve descripción de los anuncios:

El anuncio cuya duración es de 25 segundos comienza con Pau Gasol diciendo que el tifón más fuerte que ha tocado tierra ha arrasado Filipinas. Continúa con la imagen de una niña que dice que el tifón ha dejado a más de 5 millones de niños sin hogar, sin familia, sin escuela, perdidos. A

continuación, Ana Duato dice que el mundo tal y como ellos lo conocían ha sido destruido. Después, un niño apremia a ayudarles. Continúa el vídeo con una imagen de una mujer con un niño en brazos, sobre un fondo de casas destruidas y solicitando el envío de mensajes para UNICEF a un número corto. Termina el vídeo con la imagen de Pau Gasol que dice: más tarde puede ser demasiado tarde.

El vídeo de 20 segundos es igual con pequeños recortes en la intervención de la niña y suprimiendo la locución final de Pau Gasol.

El vídeo de 10 segundos se limita a la primera locución de Pau Gasol y a la Ana Duato, junto con la imagen de la mujer con el niño en brazos y solicitud de ayuda sobreimpresa.

La duración de los vídeos es de 25'', 20'' y 10'' respectivamente.

FUNDAMENTOS JURÍDICOS

- (3) La Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante CNMC), atribuye en su artículo 9.11 a este organismo el ejercicio de la función de resolver sobre el carácter no publicitario de los anuncios de servicio público o de carácter benéfico, previa solicitud de los interesados, de conformidad con lo establecido en la Disposición adicional séptima de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual (LGCA).

La disposición referida establece que “No tienen la consideración de publicidad los anuncios de servicio público o de carácter benéfico, difundidos gratuitamente, de acuerdo con lo establecido en el artículo 2 de esta Ley. A los efectos del cómputo previsto en el apartado 1 del artículo 14, la autoridad audiovisual competente podrá resolver, a solicitud de los interesados y previamente a su emisión, sobre la no consideración como mensajes publicitarios de estas comunicaciones”.

- (4) Una vez visionadas las grabaciones suministradas por UNICEF, se considera que los spots reúnen los requisitos exigidos por la Ley para la exención de cómputo publicitario, pues se trata de anuncios de servicio público o carácter benéfico que carecen de naturaleza comercial.
- (5) No obstante, de conformidad con lo dispuesto en dicho precepto legal, para que estos anuncios puedan beneficiarse de dicha condición y no sean

considerados mensajes publicitarios, su difusión deberá ser gratuita, por tanto es necesario que se remita a la Subdirección de Audiovisual (CNMC), C/ Barquillo, 5 - 28014 Madrid, el certificado de gratuidad expedido por el operador u operadores que vayan a difundir los anuncios, así como la relación de las franjas horarias en que se van a emitir gratuitamente. Mientras tanto, dichos espacios se computarán como publicidad a los efectos establecidos en el artículo 14.1 de la LGCA.

- (6) Por último, en cuanto a su difusión en los canales de ámbito autonómico y local, se informa que el artículo 56 de la LGCA otorga en esta materia la competencia a las Comunidades Autónomas.

Por todo cuanto antecede, la Sala de Supervisión Regulatoria de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

RESUELVE

Estimar la solicitud de exención de cómputo publicitario, presentada por la FUNDACIÓN ATRESMEDIA en relación con el anuncio de la **campaña “Proyecto Pro”**.

Comuníquese esta Resolución a la Dirección de Telecomunicaciones y del Sector audiovisual y notifíquese a los interesados, haciéndoles saber que la misma pone fin a la vía administrativa y que pueden interponer contra ella recurso contencioso-administrativo ante la Audiencia Nacional, en el plazo de dos meses a contar desde el día siguiente al de su notificación